融媒生态下的新闻编辑意识创新分析

摘　要：当今，我们已经进入了新媒体时代，媒介融合的速度越来越快。在媒介融合发展的大趋势下对于新闻编辑工作者而言压力是很大的，新闻的形式、具体内容、所选题材都急需创新和改革，否则将会被时代发展所淘汰。新闻编辑要持续丰富自己的专业知识，强化自己的专业素养，不断学习，不断创新自己的观念意识，以更好地适应时代的发展。在此文中，笔者阐述了新时代媒介融合的含义和发展现状，探究了融媒生态下如何创新新闻编辑意识，期待对新闻编辑有所帮助。

关键词：融媒生态；新闻编辑；意识；创新
中图分类号：G214.1　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）08-078-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.08.025

文 / 周瑞媛

媒介融合是新媒体时代发展的大方向，假设新闻编辑不能主动、积极创新单媒介传播现状，新闻编辑业的发展将会处于举步维艰的境地。当今，网络技术飞速发展，在我们的日常生活中，新媒体迅速“蔓延”，电脑、手机等已成为人们关注、了解社会的主要工具。对于传统媒体而言，网络的影响是巨大的，传统媒体一定要采取积极的行动实现改革和创新，进而实现自身更好地发展。当前，新媒介和旧媒介一起存在，新闻编辑只有积极创新，才能更好地推动新闻编辑业长久、健康发展。

1. 新时代媒介融合的含义

所谓的媒介融合，指的是各媒介实现多功能一体化发展，具体表现为：电视、报刊、网络等媒介融合到一起，需要注意的是，新闻业媒介融合具体可分为五种：一是折叠媒介融合，指的是同一个集团，把电视台、电台、报纸、网络融合到一起；二是折叠策略融合，指的是不同集团的媒介，实现内容共享，彼此之间分享信息资源；三是折叠信息采集融合，指的是在新闻报道方面，一些新闻工作者需要融合多个媒体的技能，才能更好地完成新闻信息采集工作；四是折叠结构融合，这一融合方式和新闻信息采集、分配等形式相关；五是折叠新闻表达融合，指的是新闻记者和新闻编辑要综合使用多媒体工具、互动工具和相关技能表达新闻事实，这也是本文即将讨论的融合方式。

2. 新时代媒介融合的发展现状

当前，我国的媒介融合尚处于起步阶段，具体包括三方面内容：第一，内容融合。新媒体时代中，传统媒体要想切实提升在行业中的整体竞争力，获取海量信息是必须的，传统媒体的局限性很强，要想有效、大范围地传播信息，难度很大。互联网是新媒体的代表，其具有较强的开放性，使信息可以得到更加广泛的传播，同时，互联网极大地推动了新媒体和传统媒体在内容方面的融合。第二，多样化的媒介融合。信息技术在不断发展和更新，相关机制也在深化改革，相关产业都在进行媒介融合。第三，媒介融合可以为我们带来更加个性化的服务。媒介融合会让人们享受到信息一条龙服务。在信息消费过程中，对信息获取的形式以及渠道人们提出了更高的要求，同样，这也是媒介融合产生的原因。总而言之，现在的媒介融合指的是三个网络之间的融合，即广播电视网、计算机网络、电信网络，同时，还包括包含视频、音频、信息、图片的信息通信网络，信息通信网络依靠的是电脑、智能手机等新兴媒体。

3. 创新、强化融媒生态下新闻编辑意识的重要性

融媒体时代下的信息广泛性传播是把双刃剑。一是，传统编辑观念已经满足不了新时代的需求。当前，信息传递非常迅速，作为新闻编辑，一定要有创新意识，勇于打破传统媒介传播观念，借助新媒体技术以及前沿科技进行新闻编辑。二是，在现在异常激烈的竞争氛围中，假设新闻编辑不创新自己的观念意识，就会被时代所淘汰。新闻编辑要时刻强化自己的创新意识，切实提高新闻主题创新性，这样新闻的价值、关注度才能得以提升。新闻编辑在自己的工作中要选择正确的新闻信息和传播媒介，效果才会更加理想。新闻编辑的工作任务不单是要收集信息资料，实时进行新闻发布，更重要的是要科学分析新闻成因，这些都离不开新闻编辑意识的创新。

4. 如何进行融媒生态下新闻编辑的转型升级

媒介融合的深化对于新闻编辑工作而言是机会也是挑战，在融媒生态下，积极培养既具备新技能又拥有新思维的专业编辑，才是传统媒体竞争力得以提升的关键。

4.1 科学调整和定位新闻编辑角色

新闻编辑的内涵在不断发生着变化，这就要求及时调整角色定位，融媒体在不断发展和深化，新闻编辑的职能越来越丰富，而非仅是以前的选稿、排稿等工作。

为更好地满足新媒体的发展需求，新闻编辑要积极转变。具体而言，要从以下几个方面着手进行：一是，严格筛选过滤新闻信息。科学技术在飞速发展，媒体生态环境也在随之发生着很大的变化，同时，新闻编辑的角色也在渐渐转变，他们不再是简单的新闻信息的提供者，更是受众不同观点的协调者和答疑者，他们针对不同层次的受众提供不同的解析，新闻编辑发布信息之前，必须要进行严格的筛选，以让信息的质量有所保证。二是，活动策划工作要做好。新闻编辑的基本工作就是要将新闻做精做好，所以，做好新闻的策划工作是非常重要的。在笔者看来，传统的媒体可依靠媒介融合参与到活动策划中，不仅要做好实体报道的策划工作，同时，网站策划工作也要做好，以让人们的兴趣得以有效提升。三是，要掌握媒体经营。在全媒体运作过程中，媒体经营一直贯穿始终，在新闻编辑选题时，一定要充分考虑市场、受众习惯等因素。新媒体数量在不断增加，这就导致受众的注意力越来越稀缺。媒体要想实现更好的发展，就要努力让新闻的内容和受众的关注相吻合，准确把握受众的关注点，强化新闻信息的刺激性，激起并满足受众的好奇心，更好地吸引人们的注意力。

4.2 切实提高媒介的专业水平和整体素养

新闻编辑是新闻内容的制造者，要时刻牢记自己的工作使命，恪守职业道德，持续提高自己的专业素养。新闻编辑要有很强的责任心，这样才能在自己的工作中时刻保持高涨的热情，同时持续提升自己的专业水准，持续丰富自己的专业知识。要切实提高编辑的质量和职业道德素养，坚定立场，不断学习，力争让编辑的质量和效率都得到很大的提升。遵循真实客观的基本原则，为人们提供高质量的新闻。新媒体时代要求编辑有非常强的观察力，一定要充分考虑人们的需求，既要文章质量高，又要表面美观，同时，内容要有较强的吸引力。综合能力强的编辑，工作优势显然非常明显，所以，作为新闻编辑一定要在空闲时间多学习、多提升，从独特视角介入，确保报道信息能够很好地满足人们的需求。

5. 融媒生态下创新新闻编辑意识的策略

5.1 切实强化编辑的受众意识和创新意识

首先，受众是编辑最终的目标，是编辑发展的源动力，是其依存的基础，同时也是衡量编辑整体水平的关键。编辑是传者和受众之间的连接、中介和桥梁，编辑既要为传者服务，又要从受众角度开展相关的业务，所以，在融媒生态下，新闻编辑要积极创新自己的受众意识和受众观念。所谓受众意识，重视的是以读者需求为中心，这就是所谓的受众对媒介的“使用与满足”理论。传播学专家施拉姆将读者参与新闻传播比喻为自助餐厅就餐，顾客可以依照自己的口味以及用餐时的心情选择一定数量的、自己喜欢的某些事物，而媒介提供的丰富的新闻信息，可以比喻为自助餐厅内丰富、海量的饭菜品种，这便是所谓的“自助餐理论”。读者对新闻信息的接收不再是被动地、消极地，而是读者有选择新闻信息的权利，特别是在市场经济条件下，读者对新闻信息的态度直接关系到媒介的经济效益，读者逐渐呈现出市场化的趋势。所以，争夺读者市场成了媒介能否长久生产的需求。从这一角度讲，读者才是媒介的主导，是媒介的服务对象。受众意识也是评价媒体传播行为的重要依据。因而，要结合读者的实际情况、具体特征拟定科学的编辑发展规划，积极强化新闻编辑的服务意识、受众意识，特别是在国内媒介出现了分众化的现象后，重新定位读者的地位，增强传播的针对性，是新媒体时代发展的必然要求。

其次，“互动意识”也是体现受众意识的一种方式。在过去，在整个编辑过程中的记者、稿件、编辑和读者等几个环节中，编辑和记者的艰辛劳动经常得不到读者的肯定，进而信息传达的目的实现不了，主要的原因就是编辑的“受众意识”太低，无法进行有效沟通，记者不了解读者的真实需要，读者获取不到自己想要的新闻。所以，新媒体时代中的新闻编辑一定要将读者视为整个编辑过程中的主体和切入点，力求深入准确地了解读者的需求，创新编辑思路，把好编辑关。另外，信息反馈不单是读者参与信息传播的方式，更是媒介不断完善自我的依据。新媒体时代中的媒介要定期多举办一些读者调查相关的活动，同时，把这些活动视为提高媒介服务水平的主要方法，逐渐实现读者调查的制度化。

再次，当前，媒体生态环境已经发生了很大的变化，在这一背景下，人们不再仅是信息的接收者，与此同时，他们还是信息的生产者，有很多人借助微博、微信等途径表达自己的想法。现在的新闻报道形式已经开始转变成为多向传播，这就要求编辑一定要有受众意识，从人们的兴趣出发，结合人们的需求，进行新闻选题、定稿等工作，最好是让人们积极参与到新闻编辑工作中。编辑创新理念也一定要强化，在开展日常工作中，一定要有创新精神，敢于推陈出新，用独特的思维方式进行思考。不单要考虑到受众的感受，同时还要结合具体新闻事件的特征选择采写的具体方式以及所需的信息资源，通过多渠道收集信息、采集线索，从多个角度出发看待问题，一定要持续强化自己的创新意识。

5.2 培养、强化现代化意识

新闻编辑工作具有很强的创造性，作为新闻编辑要持续舍弃旧的思想和观念，持续创新自己的思维模式，培养、强化现代化意识，争取成为一名“现代化”的编辑。新媒体时代的新闻编辑，一定要积极培养、努力强化自己的现代化意识，切实提升自己的现代化能力水平，才能使自己的新闻质量得到有效提升，才能在异常激烈的市场竞争中站稳脚跟。

首先，培养、强化新闻编辑的现代化意识，切实提升编辑业务能力的关键方法就是编辑要掌握足够的理论

知识以及持续学习现代化业务。丰富的专业知识、娴熟的业务技巧以及较强的工作能力是新闻编辑专业素养的直接体现。其次，较高的专业素养对新闻编辑而言是必须的。主要体现在科学认知媒介的积极作用，用客观的眼光看待新媒介和旧媒介的区别。业务方面，在选择信息内容、判断新闻传播价值、表达传播意图等各个方面有自己明确的态度。另外，较高的媒介素养还表现为编辑较强的信息把握和处理能力。因此，提高对有用信息的提取能力，正确把握社会主义核心价值观，这些对于一名新闻编辑而言是非常重要的。

5.3 培养、强化立体意识

当今时代，编辑的主要职责就是要指引读者准确获取、理解新闻内容，作为新闻编辑，首先要培养、强化自己的立体意识，更好地履行自己的工作职责。所谓的立体意识，就要在编辑的日常工作实践中，不要用单一的视角看待新闻，要将新闻放在大的社会背景中去思考，力争实现多角度、多层次的报道新闻。之所以这样做，最主要的目的就是帮助读者从错综的社会环境中精准定位新闻信息的某一点，从而提升新闻的价值。这要求编辑一定要有立体意识，从新闻表象挖掘更高价值的信息，从某个点拓展视线，进而提升新闻的价值，更好地满足读者的需求。

融媒体时代，新媒介的整合性非常强，与传统旧媒介相比，其功能和特征发生了很大的变化。所以说，信息整合不单是要积极拓展、好好把关新闻信息的主要内容，还要优化新闻内容的排版形式。另外，传统媒介的编辑部门运营成本高、效率低，建立多媒体信息平台，既能够提升编辑的工作效率，同时可实现信息共享，有机融合报纸、网络等媒介的编辑部门，将人力资源消耗降至最低。西方发达国家的媒介（例如英国广播公司等）也在深入进行这一方面的创新，这样做的目的就是让媒介编辑部门成为最前沿的信息传播平台。“多媒体编辑部”的成立，主要的“职责”就是优化整合丰富的信息资源，然后在这一基础上获取统筹增值效应。总而言之，编辑立体意识重视的是多角度、多层次展现新闻信息，然后在这一前提下实现新闻信息的增值，让新闻内容更具阅读价值。

5.4 培养、强化多媒体意识

当今社会，网络技术、通信技术、信息技术等在飞速发展，这就要求新闻编辑要积极培养和强化自己的多媒体意识，积极融合不同媒介，实现不同媒介之间的有机融合，才能更好地发挥每个媒介的优势，让新闻价值增速更快。另外，信息反馈既是读者参与新闻信息传播的主要方法，更是新闻编辑完善自身的手段。这时，就体现出了多媒体的积极作用。所以，在融媒体时代，新闻编辑一定要高度重视信息反馈的积极作用。当今的新闻编辑要想满足时代的需求，就必须要深刻认知多媒体概念，同时，将对这一概念的理解应用到自己的工作实践中。借助新媒体，提高新闻传播的广泛性、快速性，力争让新闻信息更好地满足社会主流价值观的需要，结合上述二者，快速获取新闻信息资源，充实新闻内容、更好地满足读者的差异化需求。所以，新媒体时代中的新闻编辑一定要积极培养强化自己的多媒体意识，促进行业转型升级。

结语

在融媒生态下，新闻编辑要积极创新编辑意识，更好地满足时代需求。在当今时代，网络、电视、广播、报纸及其他媒介可以联手组成多媒介体系，各媒介之间的融合便是信息传播的新形势。在融媒生态下的新闻编辑要积极迎接新媒体时代的挑战，顺应新媒介融合这一发展趋势，深入了解编辑创新的重要作用，进而培养、强化自己的立体意识、现代意识和多媒体意识。另外，媒介融合是当今新媒体时代发展的大方向，若新闻编辑不能积极改变单媒介传播现状，整个新闻编辑行业的发展将会举步维艰。所以，新闻编辑一定要持续创新自己的编辑意识，以更好地满足新媒体时代融媒生态的发展需求。媒

参考文献

[1] 朱述超．媒介融合背景下编辑意识的更新 [J]. 青年记者，2017（20）.

[2] 俞远宁．论新媒体与融媒时代的编辑意识 [J]. 西部广播电视，2014（6）.

[3] 王洪亮．云计算的起源与定义 [J]. 科技浪潮，2016（79）.

[4] 范以锦，常仙鹤．报业办网：要“穿新鞋走新路”[J]. 新闻与写作，2017（5）.

（作者单位：山东省临沂市郯城县互联网信息安全服务中心）